传统媒体与新媒体融合共赢的途径

摘　要：进入多媒体时代，传统媒体和新媒体相互依存、相融共生。传统媒体面临挑战，又面临机遇。本文就传统媒体如何“拥抱”新媒体、实现深度融合的途径进行剖析，并提出建设性意见。

关键词：传统媒体；新媒体；融合；共赢
中图分类号：G206　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2017）07-047-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.07.009

■文 / 刘　杰

多媒体时代的到来，让传统媒体遭遇到诸多“变数”，必须从外到内、由内而外做出必要的调整和应变。一方面，置身于海量信息的洪流之中，受众有选择获取信息的权利和选择获取信息媒介的自由；另一方面，以新面目出现的新媒体本身就代表着先进生产力的发展方向，必将成为一种潮流。作为传统媒体，电视等曾经独有的优势正在日益减少，领地正在日益萎缩。正所谓，居安思危，才能继往开来；创新求变，方可再谱新篇。

1. 与新媒体“共舞”的能与不能

传统媒体和新兴媒体攻城掠地，各有千秋，互有胜负，并逐渐形成了你中有我、我中有你的局面，融合已成大势所趋。

传统媒体发展新媒体，既是现实需要，也是形势所迫，更是党中央应对舆论格局新变化做出的重要战略部署。对此，主流媒体都要从这一战略高度上去认识、积极拓展传播渠道，着力优化传播方式，紧紧吻合时代脉搏，竭力合乎受众需要。另外，传统媒体与新媒体的融合是积极的、主动的。

导向不能偏——主流媒体要发出主流的声音。与新媒体实现融合，更加有利于传统媒体提高影响力，弘扬主流价值观。这同时也是传统媒体对接新媒体的根本目的。实践已经证明，任何一种新的传播手段和传播平台，都只是引导社会热点、凝聚社会共识，在壮大主流思想舆论、优化网上舆论生态中汇聚起正能量，从而破旧立新，构建起舆论引导的新格局。

职责不能忘——主流媒体要发挥主力军的作用。主流媒体发展新媒体，就是一场正能量与腐败思想的竞争。我们必须看到，互联网是一个新的思想舆论阵地。这就赋予了主流媒体至高无上的使命与担当。主流媒体要从建设执政能力的高度出发、从促进社会安定和谐的大局出发，勇于做引导社会舆论、引领社会发展的主力军。互联网时代，主流媒体要将职责挺在前面，做海量信息的挖掘机，做偏激情绪的缓蚀剂，做社会心态的压舱石，不间断地发出主流的声音，做社会舆论的领跑者。

品牌不能丢——主流媒体要强化自己的核心竞争力。一方面适应新的传播渠道，另一方面还具备品质内涵的内容资源，必将是未来媒介融合竞争的中坚力量。在传统媒体、新兴媒体相互依存度不断攀高的当下，主流媒体所倡导的思想与观点、生产的新闻产品永远是新闻事业的品牌，始终代表着新闻事业的核心竞争力。因此不管新媒体的冲击力有多大、冲击感有多强，只要生产出高质量的内容、借助合适的传播载体和平台，传统媒体定能赢得市场和受众。部分传统媒体之所以在同新媒体的合纵连横中自乱阵脚，与其说是新媒体实力不弱，倒不如说是传统媒体自身实力不够强，最突出的表现在其本身内容品质的下降上。

2. 实现新媒体深度融合

载体常变化，新闻终永恒。在发展新媒体、同新媒体实现深度融合的过程中，主流媒体依然大有可为，也应当大有可为。

新媒体应该成为主流媒体接地气的联络点。即时性、交互性和无限性是新媒体之长，更是传统媒体之短。和新媒体的融合，实际上是对传统媒体自身劣势的一种弥补和规避。新媒体的海量、快捷既能有效补充传统媒体信息源的短缺，又能使传统媒体从业人员打破旧的思维习惯，强化快速反应、提升服务的意识，更加主动地关注新媒体上的海量信息，更加主动地聆听网民的声音，接了地气，有了温度。另一方面，借助新媒体，传统媒体必将团结、培养一大批“公民记者”，为提升信息采集的广度、密度提供了可能。媒体和受众之间的互动增多了，距离拉近了，媒体的影响力自然就会大幅度地得到提高。

新媒体应该成为主流媒体改文风的校兵场。长期以来，主流媒体的文风严重脱离群众，削弱了媒体的竞争力和影响力。说群众听得懂的话，说群众愿意听的话，说群众能接受的话，便成了一种追求和时尚。而要进军新媒体、占领新媒体，就要积极探索网络传播的规律，挖掘新媒体的传统特色，

继而进行科学的“嫁接”，实现优势互补、共生共赢。新媒体时代，以微博、微信为代表的自媒体大行其道，其清新明了之风也让人眼前一亮。作为传统媒体，就是要敢于学习、敢于借鉴，推动文风的改变，从而重新赢得受众。

新媒体应该成为主流媒体创新的实验田。穷则变，变则通，通则久。全媒体时代，传统媒体和新媒体争相发力，将新闻吃干榨净，最大限度地抢夺受众，早已成了一种常态。以往，传统媒体一统天下，因循守旧，日子即便过得不滋润也断然不会危及生存，而随着新媒体时代的到来，再故步自封就面临着被淘汰的危险。新媒体的加入，给全方位构建舆论引导格局提供了一个崭新的平台，由此就要求传统主流媒体顺时而动、创新求变。这种创新首先体现在报网、台网融合的初步尝试上。比如“许昌零距离网坛”，作为许昌电视台的明星栏目，在实现台网融合上大胆探索，不仅内容来自网络，在版面设计上也尽可能地像网站页面靠拢，影响力、美誉度大幅提升。这种创新同时体现在全媒体时代的多家联动、群策群力上。在报道重大新闻事件时，先发微博、微信，再上网络，节目深度跟进，这种新闻操作模式，早已成为许昌电视台做好新闻宣传的规定动作。这种创新还体现在报道领域的拓宽上。

3. 多平台运作、大兵团作战

牢牢把握舆论的主动权、抢占舆论的制高点，弘扬社会主义核心价值观，始终是传统主流媒体的一项核心任务。不可否认的是，传统媒体在承担这一艰巨任务的同时，都要考虑到运行成本，电视台也担负着资产保值增值的任务。因此在加快转型的过程中，主流媒体也需要有选择性地尝试利用新的媒介和技术增强赢利能力和品牌价值。

尝试有偿收看的付费模式。在新媒体围追堵截、传统媒体举步维艰的今天，探索有偿收听收看新闻产品的新途径。在国外，《华盛顿邮报》允许非固定用户免费阅读20篇文章的内容，其他内容的阅读则要收费。《纽约时报》则把过去非常有价值的文章打包，供读者付费下载。在国内，《财经》《新世纪周刊》《人民日报》电子版也纷纷引入付费阅读模式。目前，许昌电视台也正与蜻蜓等知名公司接触，就付费收看、收费推送等展开合作，以此在强化宣传的同时开辟新的经济增长点。

开通微博、微信。电视官方微博弥补了电视媒体在时效性、互动性和信息量上的缺陷。而微信推送的“精确打击”效能，更应该引起我们的足够重视。目前，许昌电视台申请了电视官方微博，建立了微信公众号矩阵，每天推送新闻上百条，播放视频数十个，上传图片上百幅，给受众提供了一道色香味俱佳的新闻大餐，受到了广泛欢迎。虽说目前微博、微信的赢利模式尚不够清晰、盈利能力尚不够强，却代表了一种前进的方向，大大提升了电视媒体的影响力，增强了电视媒体的品牌价值。

打造新闻客户端。深融时代，各类新闻客户端轮番上线。如果说微博是社交媒体公共传播的革命，微信是社交媒体分众传播的革命，那么客户端则是移动新闻门户的革命。新闻客户端是编辑主导的新闻门户网站的演变，是对社交媒体碎片化的一次矫正。这种“精选”模式可以充分发挥传统媒体在资源整合以及深度新闻、专业评论上的优势，也可以借鉴发挥电视传媒现有的门户网站优势。相比较轻资产的“两微”，许昌电视台更加注重加大投入，相继开发了“掌上许昌”等一批客户端，拥有一大批忠诚度很好的用户和较为理想的下载量，“日活月活”渐次攀升，取得了明显收益。与此同时，还与国内20多个电视台结盟，持续推进区域融媒体战略，“强筋壮骨”，进一步抢占舆论高地，增加吸纳广告的能力。进入2017年，许昌电视台又积极探索建立“新闻中央厨房”运营方案，其中新闻版块设置“头条”“推荐”等多个栏目，汇聚来自报纸、电视、广播、网站、新闻客户端以及优质自媒体的内容，包括图文、音频、视频、微视频、VR视频、无人机视频、H5、动新闻、读图新闻等全产品领域，全方位整合各种资源和力量，实现了“1+1>2”的预期效果。

总之，在新技术日新月异的互联网时代，因为资本，因为技术，传统媒体都不能与之抗衡，唯有主动应对，乘上互联网的快车，利用新技术，发挥内容生产的优势，不断积累品牌优势，才能实现社会效益和经济效益的双丰收。媒

参考文献

[1] 杨晨晨．论传统媒体与新媒体的融合发展[J]. 新闻研究导刊，2016（16）．

[2] 阚欣怡．传统媒体与新媒体的融合趋势之探索[J]. 新闻研究导刊，2015（01）．

[3] 李旭兵．传统媒体与新媒体融合之策略[J]. 新闻爱好者，2011（15）．

（**作者单位：**河南省许昌电视台）